

PENGUNAAN *SHORT MESSAGE SERVICE* IBU NIFAS TERHADAP MINAT KONTRASEPSI JANGKA PANJANG (MKJP) DI BPM SITI ZUBAIDAH KENTENG NOGOTIRTO GAMPING SLEMAN YOGYAKARTA

¹Wiwin Hindriyawati, ²Sri Maryanti

Abstrak

Teknologi *Short Message Service* (SMS) berkembang saat ini. SMS menjadi teknologi yang tidak terpisahkan dari kehidupan kita sehari-hari¹⁾. Penggunaan dan pemanfaatannya dalam kegiatan pelayanan kesehatan akan menjadi suatu kebutuhan dan menjadi layak untuk dilakukan. Data BKKBN Provinsi DIY pada bulan Januari sampai Agustus 2015 menyebutkan bahwa seluruh PUS aktif melakukan KB 432.386 pasangan, yang tercatat pengguna KB IUD adalah 105.882 (24.47%), implant 29.297 (6,7%)²⁾. Data ibu nifas di BPM Siti Zubaidah tahun 2014 dalam 3 bulan sebanyak 40 ibu nifas, dalam satu tahun ± 150 ibu nifas, namun tidak sebanding dengan penggunaan kontrasepsi MKJP dalam satu tahun terdapat 2 akseptor MKJP. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan SMS ibu nifas terhadap minat kontrasepsi jangka panjang (MKJP). Metode yang digunakan yaitu *quasi eksperiment* (kelompok kontrol pretest–posttest). Subjek penelitian dikelompokkan menjadi dua yang mendapat perlakuan berbeda. Masing-masing kelompok mendapatkan pretes (T1) dan posttest (T2) untuk instrument kuesioner, dan pemberian kuesioner pada saat setelah diberikan perlakuan. Hasil analisis *spearman rho* $p: 0,000$, dan koefisien determinansi $r: 0,9442$, $r^2: 0,891$ (89,1%) peningkatan minat dikarenakan SMS, 10,9% sisanya disebabkan karena faktor lain. Uji *t* pariet *t* tes $p: 0,33$ terdapat pengaruh SMS dengan minat kontrasepsi MKJP. Kesimpulannya bahwa penggunaan SMS memiliki pengaruh terhadap minat kontrasepsi jangka panjang (MKJP)

Kata kunci: SMS, minat, MKJP, Ibu nifas

Abstract

Technology Short Message Service (SMS) developed at this time. SMS into a technology that is inseparable from our daily lives¹⁾. Utilization in health services will be a need and become eligible to do. Data BKKBN DIY in January to August 2015 stating that all EFA actively KB 432 386 couples, who recorded IUD users is 105 882 (24.47%), implant 29 297 (6.7%)²⁾. Data postpartum mother in BPM Siti Zubaidah 2014 3 months 40 puerperal women, in one year more than 150, but not comparable to the use of contraceptives LTM in one year there are two acceptors LTM. To determine the effect of the use of short message service postpartum mother to the interest of long-term contraception. Methods using a quasi-experimental (control group pretest-posttest). The research subjects are grouped into two which received different treatment. Each group received pretest (T1) and posttest (T2) to the questionnaire instrument. And given questionnaire at the time after being given treatment. Results analysis Spearman rho $p: 0.000$, and the coefficient of determination $r: 0.9442$, $r^2: 0.891$ (89.1%) due to increased interest in SMS, 10.9% were due to other factors. T test paired t test $P: 0.033$. Conclusion the use of SMS has the effect of increasing interest in long-term contraception.

Keywords: Short Message Service, Interests, LTM, postpartum

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki laju pertumbuhan penduduk sangat pesat menempati urutan keempat dunia dengan jumlah penduduk 237.641.326 jiwa³⁾. Dalam mengurangi kepadatan penduduk pemerintah Indonesia membuat beberapa program di antaranya adalah program keluarga berencana (KB) dan semboyan “2 Anak Cukup”⁴⁾.

Secara kuantitas jumlah penduduk Indonesia cukup besar tetapi dari sisi kualitas melalui Indeks Pembangunan Manusia (IPM) kondisi penduduk Indonesia sangat memprihatinkan karena dari 117 negara, Indonesia di posisi 108⁵⁾. Program keluarga berencana (KB) yang telah berjalan selama 40 tahun mampu mencegah terjadinya penambahan penduduk sekitar 100 juta jiwa. Meski penduduk tetap bertambah sekitar 3,2-3,5 juta per tahun. Pada tahun 2010, Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) menargetkan terlayannya peserta KB baru sekitar 7,1 juta peserta⁶⁾.

Bagi sebagian orang ponsel sudah menjadi pelengkap hidup dari berbagai kalangan mulai dari kalangan bawah maupun dari kalangan atas. Bagi mereka ponsel sudah menjadi barang yang menyatu dengan jiwa mereka bahkan dari sebagian mereka sudah tergantung dengan handphone⁷⁾.

Teknologi SMS atau yang biasa dikenal dengan *Short Message Service*

merupakan hal yang berkembang saat ini. SMS menjadi teknologi yang tidak terpisahkan dari kehidupan kita sehari-hari. Meskipun teknologi MMS, BBM, chatting atau video call sedang berkembang, Teknologi SMS menjadi salah satu alternatif yang menjadi favorit bagi masyarakat dalam berkomunikasi. Teknologi SMS sudah mengalami perkembangan dari segi fungsi dan penggunaan seperti Kuis, Lelang, Order barang, Promosi, Undangan, Payment, dan lain-lain¹⁾. Penggunaan teknologi informasi (SMS) dan pemanfaatannya dalam kegiatan pelayanan kesehatan akan menjadi suatu kebutuhan dan menjadi layak untuk dilakukan.

Prevalensi pemakaian kontrasepsi pada wanita usia 15-49 tahun dengan status kawin sebesar 59,3% menggunakan metode modern (Implant, MOW, MOP, IUD, Kondom, Pil), 0,4% menggunakan kontrasepsi tradisional (MAL/Menyusui, Pantang berkala/kalender, senggama terputus, lainnya), 24,7% pernah melakukan KB, dan 15,5% tidak pernah melakukan KB⁸⁾.

Pemilihan jenis kontrasepsi didasarkan pada tujuan penggunaan yaitu menunda kehamilan pasangan dengan istri dibawah 20 tahun, menjarangkan kehamilan (mengatur kesuburan), mengakhiri kesuburan⁹⁾. Pada saat ini telah banyak berbagai macam alat kontrasepsi, khususnya alat kontrasepsi

metode efektif yaitu suntik, pil, IUD dan Implant. Alat kontrasepsi hendaknya memenuhi syarat aman pemakainya dan dapat dipercaya, efek samping yang merugikan tidak ada, lama kerjanya dapat diatur menurut keinginan, tidak mengganggu hubungan seksual, harganya murah dan dapat diterima pasangan suami istri. Meskipun demikian masih banyak pasangan usia subur (PUS) yang masih enggan menggunakan alat kontrasepsi, hal ini tidak hanya terbatas metode yang tersedia tetapi juga oleh ketidaktahuan mereka tentang persyaratan dan keamanan metode kontrasepsi¹⁰⁾.

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih suatu atau keinginan tertentu diantara sejumlah kegiatan yang ada. Minat mendorong seseorang untuk siap, sadar dan termotivasi untuk melakukan pilihan aktivitasnya¹¹⁾. Saat seseorang menilai suatu objek menjadi bermanfaat, maka dia menjadi berminat melakukan sesuatu untuk mencapai kepuasan. Ketika kepuasan itu menurun maka minat akan menurun. Jadi minat itu bersifat berubah-ubah. Karena minat itu merupakan hasil dari pengalaman belajar bukan bawaan lahir.

Data BKKBN Provinsi DIY pada bulan januari sampai agustus 2015 menyebutkan bahwa seluruh PUS aktif melakukan KB 432.386 pasangan, yang tercatat pengguna KB IUD adalah 105.882 (24.47%), implant 29.297 (6,7%), suntik

194.113 (44,98%), pil 50.005 (11,56%). Kabupaten Sleman tercatat pebcapaian penggunaan IUD 2.074 (21,71%) dan implant 408 (4,27%) masih rendah dibandingkan dengan data penggunaan alat kontrasepsi yang lain²⁾.

Data ibu nifas di BPM Siti Zubaidah tahun 2014 dalam 3 bulan sebanyak 40 ibu nifas, dalam satu tahun kurang lebih 150, namun tidak sebanding dengan penggunaan kontrasepsi MKJP dalam satu tahun terdapat 2 akseptor MKJP.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode penelitian kuasi eksperiment, desain penelitian Pengaruh Penggunaan Short Message Service (SMS) Terhadap Minat Kontrasepsi Jangka Panjang Desain Penelitian Sementara itu desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Desain Kelompok *Kontrol PreTest-Post Test (Pre Test-Post Test Control Group Design)*. Dalam penelitian ini subjek penelitian dikelompokkan menjadi dua kelompok penelitian yang mendapatkan perlakuan berbeda. Masing-masing kelompok mendapatkan *pre test* (T1) dan *post test* (T₂) untuk instrumen kuesioner. instrumen kuesioner diberikan pada saat setelah diberikan perlakuan.

Tabel 1. Desain penelitian

Kelompok	Pre Test	Perlakuan	Post Test
Eksperiment	T ₁	X ₁	T ₂
Kontrol	T ₁	-	T ₂

Keterangan :

T1= Pre Test

T2= Post Test

X1= Perlakuan Kelompok eksperimen
(menggunakan *Short Message Service* (SMS))

Hal pertama yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah menetapkan kelompok yang akan dijadikan sebagai kelompok eksperimen dan sebagai kelompok kontrol, Kelompok yang menggunakan *Short Message Service* (SMS) ditetapkan sebagai kelompok eksperimen, sedangkan kelompok yang tanpa diberikan pengiriman SMS ditetapkan sebagai kelompok kontrol.

Sebelum diberi perlakuan (X), kelompok eksperimen dan kelompok Kontrol diberikan pre test, kemudian dilanjutkan dengan memberikan perlakuan pada kelompok eksperimen yang menggunakan *Short Message Service* (SMS) dan kelompok kontrol tanpa pengiriman SMS. Proses berikutnya adalah kedua kelompok. Sementara itu kedua kelompok diberikan kuesioner yang berkaitan dengan pengukuran minat kontrasepsi jangka panjang. Baik pada Kelompok eksperimen yang telah di berikan kiriman SMS ataupun dikelompok kontrol yang tanpa diberikan kiriman SMS. Sementara itu hasil kuesioner akan dijadikan bahan pengukuran pengaruh penggunaan SMS terhadap peningkatan minat kontrasepsi Jangka panjang.

Walaupun yang kelompok kontrol tanpa diberikan kiriman SMS. Antara pre test dan post test akan dijadikan bahan untuk menjawab hipotesis dan rumusan masalah dalam penelitian ini.

Sampel penelitian menggunakan tehnik sampling probability sampling yaitu pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel¹²⁾. Penentuan sampel secara purposive sampling dari dua kelompok setiap kelompok yang sama. Jumlah total sampel yang diambil 30 ibu nifas untuk dibagi menjadi 2 kelompok, yakni kelompok eksperiment sebanyak 15 dan kelompok kontrol sebanyak 15 ibu nifas.

Tehnik uji instrument dilakukan uji validitas dan reabilitas menggunakan product moment dan alfa cronbach pada 24 ibu nifas. Analisis data dengan menggunakan analisi univariat, uji normalitas dan analisi bivariat menggunakan korelasi rank sperman, koefisien determinasi, pengujian hipotesis pengaruh menggunakan t hitung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Karakteristik kelompok eksperiment

a Usia

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia Di BPS Siti Zubaida Gamping Sleman Tahun 2016

Usia	Frekuensi	Prosentase
20-35 tahun	13	86,7
>35 tahun	2	13,3
Total	15	100

b. Pendidikan

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Di BPS Siti Zubaidah Gamping Sleman Tahun 2016

Pendidikan	f	%
SLTA/SMU/SMK	10	66.7
Diploma	3	20.0
Sarjana	2	13.3
Total	15	100

Sumber : Data Primer

c. Pekerjaan

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan di BPS Siti Zubaidah Gamping Sleman Tahun 2016

Pekerjaan	Frekuensi	Prosentase
Swasta	3	20.0
IRT	11	73.3
PNS	1	6.7
Total	15	100.0

Sumber : Data Primer

Karakteristik kelompok responden memiliki latar belakang individu pada penelitian ini mencakup: usia, pendidikan, pekerjaan. Tabel 1.1 memperlihatkan gambaran latar belakang karakteristik responden paling besar pada usia 20-35 tahun (86,7%) , pendidikan didominasi SMA/SMK/SLTA (66.7%), pekerjaan terbanyak sebagai IRT (73.3%).

2. Karakteristik kelompok Kontrol

a. Usia

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia Di BPS Siti Zubaidah Gamping Sleman Tahun 2016

Usia	Frekuensi	Prosentase
<20 th	2	13.3
20-35 th	11	73.3
>35 th	2	13.3
Total	15	100.0

Sumber: Data Primer

b. Pendidikan

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Di BPS Siti Zubaidah Gamping Sleman Tahun 2016

Usia	f	Prosentase
SLTP	5	33.3
SLTA/SMU/SMK	5	33.3
Diploma	2	13.3
Sarjana	3	20.0
Total	15	100.0

Sumber: Data Primer

c. Pekerjaan

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Di BPS Siti Zubaidah Gamping Sleman Tahun 2016

Usia	Frekuensi	Prosentase
Swasta	2	13.3
IRT	11	73.3
PNS	2	13.3
Total	15	100.0

Sumber: data primer

Karakteristik kelompok kontrol responden memiliki latar belakang individu pada penelitian ini mencakup: usia, pendidikan, pekerjaan. Tabel 1.1 memperlihatkan gambaran latar belakang karakteristik responden paling besar pada usia 20-35 tahun (73.3%) , pendidikan didominasi SMA/SMK/SLTA (33.3%), SLTP (33.3%), pekerjaan terbanyak sebagai IRT (73.3%).

3. Univariat Kelompok Kontrol Minat Sebelum SMS dan Setelah SMS

a. Tabel 9. Minat PreTest

	F	%
Valid		
Minat rendah	3	20.0
Minat cukup	9	60.0
Minat tinggi	3	20.0
Total	15	100.0

b. Tabel 10. Minat PostTes

	F	%
Valid		
Minat rendah	3	20.0
Minat cukup	9	60.0
Minat tinggi	3	20.0
Total	15	100.0

4. Univariat Kelompok Eksperiment Minat Sebelum SMS dan Setelah SMS

a. Tabel 11. Minat sebelum SMS

	F	%
Valid Minat rendah	2	13.3
Minat cukup	6	40.0
Minat tinggi	7	46.7
Total	15	100.0

b. Tabel 12. Minat Setelah SMS

	F	%
Valid Minat rendah	1	6.7
Minat cukup	6	40.0
Minat tinggi	8	53.3
Total	15	100.0

5. Uji Normalitas

Tabel 13. kelompok kontrol

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statis	df	Sig.	Statis	df	Sig.
Pre	.116	15	.200*	.959	15	.674
Post	.116	15	.200*	.959	15	.674

*. This is a lower bound of the true significance.

Tabel 14. Kelompok eksperiment

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statis	df	Sig.	Statis	df	Sig.
Sblm SMS	.213	15	.066	.857	15	.022
Stlh SMS	.203	15	.097	.893	15	.075

*. This is a lower bound of the true significance.

6. Analisis Bivariat

Tabel 15. Uji Korelasi Responden berdasar Kelompok Eksperiment di BPM Siti Zubaidah Tahun 2016.

			Sebelum SMS	Setelah SMS
Spearman's rho	Correlation Coefficient		1.000	.836**
	Sig. (2-tailed)		.	.000
	N		15	15
	Correlation Coefficient		.836**	1.000
	Sig. (2-tailed)		.000	.
	N		15	15

Sumber: Data Primer

7. Analisis T paired T test

Tabel 16. Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
PPair 1	Sebelum	52.20	15	6.879	1.776
	Setelah	53.60	15	6.864	1.772

Mean adalah rerata kemandirian tiap pengukuran. N adalah jumlah sampel. Standart deviation adalah simpangan baku. Standart error ada;ah kesalahan baku rata-rata minat secara umum sebelum dan setelah naik dari 53.20 menjadi 53.60, standart devisiasi menunjukkan keheterogenan yang terjadi dalam data sebelum dan sesudah sms adalah 6.879 dan 6.864 dan standart error of mean sebelum dan setelah SMS adalah 1.776 dan 1.772

Tabel 17. Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Sebelum & Setelah	15	.944	.000

Correlation (r) adalah hubungan antar anggota pasangan. Sig adalah taraf signifikans. Apabila sig <0.05 ada hubungan kemandirian anantara sebelum dilakukan sms dan setelah dilakukan sms
Jika r dikuadratkan maka menunjukkan sumbangan sms terhadap perubahan kemandirian. Terlihat bahwa sumbangan sms terhadap peningkatan minat adalah $0.944^2 : 0.891$ (0.891%) peningkatan minat dikarenakan SMS sisanya 10.9% disebabkan karena faktor lain.. Nilai p : $0.000 < 0.05$ jadi terdapat hubungan antara minat sebelum diberikan sms dengan setelah diberikan sms.

Hasil uji paired T Test menunjukan nilai p $0.033 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak jadi

ada perbedaan antara sebelum dan setelah dilakukan perlakuan pemberian SMS.

PEMBAHASAN

1. Short Message Service

Manusia di zaman sekarang sudah tidak bisa dipisahkan dari teknologi termasuk handpone mudahnya mendapatkan responden yang menggunakan handpone merupakan jawaban pentingnya handpond dan fasilitas handpone dididalamnya *Short Message Service* dari ibu nifas kelompok control dan kelompok eksperiment ibu nifas memiliki handpone 100% yang bersalin di BPM Siti Zubaidah. Tiada hari tanpa SMS itulah pernyataan singkat-tepat yang menggambarkan salah satu kegiatan utama manusia mutakhir, termasuk masyarakat yang ada di BPM Siti Zubaidah dan Indonesia secara umum. Komunikasi bernama SMS mampu menembus ruang, waktu, dan wilayah pribadi yang memudahkan manusia berkomunikasi. Sesuai yang disampaikan Sudaryanto mengidentifikasi ada lima ragam kreatif, yaitu ragam jurnalistik, ragam akademik, ragam literer, ragam bisnis, ragam filosofis. Mengatasi ruang untuk menyampaikan informasi bersifat singat dan jelas, dengan dibatasi karakter huruf pada satu lembar sms. Dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti¹³⁾.

Tidak dipungkiri bahwa tehnologi informasi berupa SMS dapat telah menjadikan waktu logika pendek¹⁴⁾. Segala urusan seolah-olah harus dikerjakan dan diselesaikan dengan cepat. Kecepatan ini menjadi nilai (value) dalam masyarakat informasi. Karena itulah, selain keterbatasan ruang, penulis SMS juga berhadapan dengan keterbatasan waktu. Bisa jadi pesan yang hendak ditulis tidak panjang sehingga tidak bermasalah dengan ruang. Logika waktu pendek tetap mendorong penulis sms menghasilkan wacana sependek mungkin. Disadari ataupun tidak sms telah mendorong manusia lebih tanggap situasi. Hal ini positif karena membuat manusia tidak teraliansi dari situasi yang melingkupinya. Fenomena SMS yang tanggap situasi menegaskan pendapat klasik Halliday tentang fungsi idealisional bahasa, yakni bahwa bahasa mempresentasikan pengalaman dan dunia. Wacana SMS bahkan dapat dipandang sebagai praktik sosial yang mencerminkan relasi dialectal antara wacana SMS dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membingkainya, termasuk idiologi dan relasi kepuasan¹⁵⁾.

Ber-SMS telah menjadi life style, apalagi biayanya juga semakin murah. “Ragam” SMS pun agaknya akan terus meluas. Mau tidak mau, suka tidak suka, kita hidup dengan bahasa SMS¹⁶⁾.

2. Minat Kontrasepsi Jangka Panjang

Minat kontrasepsi jangka panjang pada kelompok control pada minat rendah, cukup dan tinggi dilakukan pretest dan posttes 1 minggu kemudian dengan hasil minat sama, minat rendah 3 (20,0%), minat cukup 9 (60,0%) dan minat tinggi 3 (20,0%). Minat untuk kelompok eksperiment sebelum SMS didapatkan minat rendah 2 (13,3%), minat cukup 6 (40,0%), dan minat tinggi 7 (46,7%). Setelah dilakukan SMS hasil berbeda minat rendah 1 (6,7%), minat cukup 6 (40,0%) dan minat tinggi 8 (53,3%).

Hasil kelompok eksperiment menyakinkan bahwa SMS dapat digunkan sebagai sarana pemberian informasi dalam penelitian ini yang dilakukan dengan SMS, memiliki pengaruh dengan meningkatnya minat kontrasepsi jangka panjang. Minat penggunaan kontrasepsi panjang dipengaruhi banyak faktor seperti pendidikan, pengetahuan, dukungan suami, keinginan ibu sendiri. Minat yang dibahas paada penelitian ini banyak mengupas pada ketertarikan ibu dalam penggunaan kontrasepsi jangka panjang MKJP. Minat yang menjawab setuju bahwa mersa senang bila dapat mennggunakan kontrasepsi jangka panjang, mengetahui dan setuju bahwa kontrasepsi jangka panjang dapat mengatur jarak kehamilan, merasa senang apabila kontrasepsi jangka panjang dapat dipasang dengan mudah, ibu setuju mencari tahu tentang kontrasepsi

jangka panjang, responden setuju apabila kontrasepsi jangka panjang didukung oleh tenaga kesehatan dan keluarga. Reponden juga setuju untuk membujuk suaminya untuk dapat menggunakan kontrasepsi jangka panjang. Responden setuju dan tertarik dalam penggunaan kontrasepsi jangka panjang. Responden setuju, merasa senang kontrasepsi jangka panjang bisa digunakan pada ibu menyusui. Pernyataan minat bahwa kontrasepsi jangka panjang merupakan salah satu kontrasepsi yang dapat digunakan bagi ibu setelah melahirkan ada responden yang setuju ada juga responden yang tidak setuju. Responden senang karena kontrasepsi jangka panjang memiliki harga yang terjangkau. Responden menyatakan setuju bahwa dia merasa tertarik bila diajak bicara membahas kontrasepsi jangka pajang.

3. Pengaruh Short Message Service (SMS) dengan Minat Kontrasepsi Jangka Panjang.

Analisis bivariat dengan sperman rho didapatkan nilai $p: 0.000$ ada hubungan perlakuan sms dengan minat. Hubungan antar anggota pasangan. Sig adalah taraf signifikans. Apabila $\text{sig} < 0.05$ ada hubungan kemandirian anantara sebelum dilakukan sms dan setelah dilakukan sms. Jika r dikuadratkan maka menunjukkan sumbangan sms terhadap perubahan kemandirian. Terlihat bahwa sumbangan sms terhadap peningkatan minat adalah

0.944² : 0. 891 (0.891%) peningkatan minat dikarenakan SMS sisanya 10.9% disebabkan karena faktor lain, bisa karena faktor dukungan suami, ataupun biaya ataupun efek samping, ataupun paritas, jumlah anak yang dimiliki responden berpengaruh pada pemilihan kontrasepsi jangka panjang¹⁷⁾.

Hasil uji t nilai p : 0.033 < 0.05 Hasil uji memperlihatkan terdapat kesimpulan rata-rata minat sebelum dan setelah dilakukan SMS berbeda secara nyata yang bermakna pada kelompok eksperimen dengan diperlakukan pemberian SMS. Kelompok control tanpa pemberian SMS tidak terdapat pengaruh dikarenakan jawaban saat pre dan Post nya tidak ada perubahan pada hasil jawaban.

Pada kelompok 1 intervensi yang dilakukan adalah dengan memberikan SMS pentingnya kontrasepsi jangka panjang yang dilakukan pengiriman SMS sebanyak 1 kali. Pada responden masa nifas sebelum 40 hari. Sebelum di sms responden dilakukan pre tes minat kontrasepsi terlebih dahulu, lalu diberikan perlakuan SMS 1 kali, dan dipost tes 1 minggu kemudian.

Pemberian informasi dalam penelitian ini yang dilakukan dengan SMS, memiliki pengaruh dengan meningkatnya minat kontrasepsi jangka panjang²⁰⁾. Menandakan bahwa SMS mampu berpengaruh terhadap perubahan minat

seseorang dalam penggunaan kontrasepsi jangka panjang¹⁸⁾¹⁹⁾.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. SMS bisa digunakan untuk menambah minat ibu nifas untuk tertarik dengan kontrasepsi jangka panjang. Hasil uji memperlihatkan terdapat pengaruh yang bermakna pada kelompok eksperimen dengan diperlakukan pemberian SMS. Kelompok control tanpa pemberian SMS tidak terdapat pengaruh. Analisis spearman rho p:0,000 dan koefisien determinasi r: 0,9442, r²: 0,891 (0,891%) peningkatan minat dikarenakan SMS sisanya 10.9% disebabkan karena faktor lain. Uji t pariet t tes p: 0,333 terdapat pengaruh SMS dengan minat kontrasepsi MKJP.
2. Minat kontrasepsi jangka panjang pada kelompok kontrol hasil minat sama; minat rendah 3 (20,0%), minat cukup 9 (60,0%) dan minat tinggi 3 (20,0%).
3. Minat untuk kelompok eksperiment didapatkan hasil:
 - a. Sebelum SMS didapatkan minat rendah 2 (13,3%), minat cukup 6 (40,0%), dan minat tinggi 7 (46,7%).
 - b. Setelah dilakukan SMS hasil berbeda minat rendah 1 (6,7%), minat cukup 6 (40,0%) dan minat tinggi 8 (53,3%).

Saran

1. Pemberian SMS untuk menumbuhkan minat dalam penggunaan kontrasepsi jangka panjang kepada pasangan/ibu nifas.
2. Pemberian informasi/pengetahuan yang lengkap dari petugas kesehatan mengenai kontrasepsi jangka panjang yang efektif dan efisien perlu disampaikan kepada ibu nifas untuk menurunkan penggunaan KB Hormonal (suntik, Pil).
3. Perlu ada peningkatan pemahaman tentang kontrasepsi jangka panjang dengan metode selain sms bisa dengan konseling ataupun penyuluhan tentang kemudahan mendapatkan metode kontrasepsi jangka panjang untuk bisa meningkatkan minat penggunaan kontrasepsi jangka panjang, dibandingkan kontrasepsi suntik dan pil.
4. Bidan bisa menggunakan media teknologi seperti SMS untuk meningkatkan minat kontrasepsi setelah berminat harapannya akan menjadi pengguna kontrasepsi jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

1. Smscentergateway.com.2013. sms gate way
<http://www.smscentergateway.com/2013/10/msgatewayadalah.html>. diakses tanggal 9 maret 2014.
2. BKKBN. 2015. Demografi dan Kependudukan Nasional Yogyakarta: BKKBN
3. BPS. 2011. Statistik Indonesia. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
4. BKKBN. 2014. Demografi dan Kependudukan Nasional. Jakarta: BKKBN
5. Handayani, Sri. 2010. Buku Ajar Pelayanan Keluarga Berencana. Yogyakarta: Pustaka Rihama.
6. BKKBN. 2010. *Demografi dan Kependudukan Nasional*. Jakarta: BKKBN
7. Gadget.com
<http://www.gadgetgan.com/peran-ponsel-android-dalam-kehidupan-sehari-hari/7/>. Diases tanggal 9 maret 2014.
8. Riskesdas. 2013. Pedoman Pewancara Petugas Pengumpul Data. Jakarta: Badan Litbangkes.
9. Icemi Sukarni K dan Wahyu P. 2013. Buku Ajar Keperawatan Maternitas. Yogyakarta: Nuha Medika Pustaka.
10. Hartanto H. 2010. Keluarga Berencana dan Kontrasepsi. Jakarta: Pustaka Harapan.
11. Hurlock, Elizabeth, B., 2006. Psikologi Perkembangan, Erlangga, Jakarta, 2006.
12. Sugiono. 2012. Metologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Ceatakan I. Alfabeta: Bandung.
13. Sudaryanto, 1997. "Ragam Jurnalistik Bahasa Indonesia sebagai Ragam Kreatif: Posisinya di antara Ragam-ragam Kreatif yang Lain serta Prospeknya pada Abad XXI". Dalam Sudaryanto dan Sulistiyo (eds.). Ragam Bahasa Jurnalistik dan Pengajaran Bahasa Indonesia. Semarang: Citra Almamater, hlm. 43-63.
14. Sennet, Richard. 2006. The Culture of the New Capitalism New Heaven: Yale University Press.
15. Halliday, M.A.K. 1978. *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation Of Language and Meaning*. London: Edward Arnold.
16. Subagyo, P. Ari. 2007. "*Ciri-ciri Kreatif Bahasa SMS*." SINTESIS 5.2 (2007).
17. Tatik. 2016. Hubungan Antara Paritas Dengan Pemilihan Metode

Kontrasepsi Jangka Panjang (MKJP) Di Dusun Saman Bangunharjo Sewon Bantul.

18. Rida Abduh, Paramastri Ira, Wibowo Agung Trino. Maret 2012. *Motivasi Melalui Layanan Pesan Singkat Telepon Seluler Pada Perilaku Rokok: Studi di Universitas Muhammadiyah Pontianak*. Berita Kedokteran Masyarakat, Vol. 8. Nomor. 1.
 19. Susanti Nila, Hadi Hamam, Fuad Anis. Maret 2012. *Pengaruh Pendidikan Gizi dan Pesan Gizi Melalui Short Message Service Terhadap Peningkatan Kadar Hemoglobin Ibu Hamil*. Berita Kedokteran Masyarakat. Vol.28. No. 1
- Sudarti, Ken, and Puji Prasetyaningtyas Prasetyaningtyas. "Peningkatan Minat dan Keputusan Berpartisipasi Akseptor KB." *Jurnal Dinamika Manajemen* 2.2 (2011).